

守望在生命的终点

本报首席记者 王素妮 通讯员 堵晓芸

透过树叶的间隙,晚秋的阳光正好打在许璇青涩的脸上,她的脸颊渐渐泛起红晕。秋风中拂过一缕凉意,几片金黄色的树叶在空中划出美丽的弧线,轻浅地飘落到她的脚边。这个充满柔情蜜意的场景,如同1998年生的许璇本人一样,和她身后的“殡葬”“祭祀”“太平间”字样显得那样格格不入。

这里是距市中心10公里远的杭州殡仪馆。按照本地的白事习俗,逢农历单日出殡的居多,所以11月11日这天的许璇特别忙碌。三个多小时的工夫,她和同事已为超过30名逝者化了妆。那举手投足间对待死的敬意,无异于对待生的真诚。



离逝者最近的人

长长的走廊过道被米黄色的墙面和地板充盈着。一步一步,悠长的回声即是脚步声。没多久就能望见一扇棕褐色的自动门,“化妆室”三个字也随之赫然出现。

门开了。空气中并没有想象中浓重的潮湿气息,甚至很难嗅到一丝异味。各种不锈钢材质的器具和竖在一旁的棺木带来的冰冷感,有幸被窗外一眼能瞥见的浓重秋色中和掉。

一张不锈钢床上停放着一具女性老年逝者的遗体——这是许璇和同事当天要处理的第一具遗体。入殓服务前,两人已换上了蓝色的工作服,戴上帽子、手套和口罩。

这份工作极需专注力,尤其是在给逝



者化妆整修时,几乎得凝神屏气,没有一丝杂念,只有双手轻轻地抚触在逝者的面庞上。

化妆的步骤与日常化妆相似。老一辈们习惯用颜料,大部分时候是肉色、红色的油彩混合——前者打底,后者点在双颊处。不过现在,粉底已取而代之。梳头、打粉底、扫腮红、涂口红,整个过程平静、细致而温柔。不到一刻钟,逝去的人仿佛被重新唤回,赋予了永恒的美丽。

这其实是相对容易的时刻。对像许璇这样的年轻从业者来说,化妆、防腐、整容等各个环节都要处理,特别是遇到比较特殊的遗体,化妆整容师需要照着逝者生前的照片或视频,为遗体进行断肢修复、头面部创伤恢复甚至是遗体大面积重塑等严重的创伤恢复。

“有时处理完一具遗体需要好几个人花上四五个小时甚至更久。”在年轻的许璇看来,整个过程完全不亚于一场高难度的手术。

被需要,被忌讳

就在前两天,一条关于“高校开设殡葬专业招生火爆”的消息登上微博热搜,引发网友关注。不过许璇明白,喧嚣只是一时的,留给这个行业的,更多时候还是孤单与坚守。

关于这一点,她在选择这个行当前就做好了心理准备。高二时,偶然间看到一本有关入殓师的书籍,许璇便萌生了学习

这一行的念头。高考后,在经历与父母无数次争吵后,最终取得了对方的理解。只是即便如此,远在陕西渭南的家人也从未提出,主动来杭州看看女儿,了解她的工作环境。

“说忌讳这个职业,不如说忌讳的是死亡。”今年40岁的徐宇洲是一名经验丰富的遗体化妆整容师,同时也是杭州殡仪馆最早一批招收的殡葬专业应届大学毕业生之一。他清楚地记得,入行头几年,单位开殡葬车的师傅就因为将车停在小区内,被居民团团围住齐声痛骂。

从那以后,徐宇洲甚少向旁人提及自己的工作,朋友圈也越来越小。一次去参加朋友的婚礼,中途突然想起这位友人比较迷信,斟酌再三后,他还是决定将份子钱递给同行者代为转交,自己原路返回。

这也难怪。在中国,死亡一向是个讳莫如深的话题,“死”字更是一个不能轻易提起的字眼,“就连与‘死’同音的数字‘4’都为人所避讳,更何况像我们这样的群体。”也正因为职业特殊,徐宇洲一参加工作就对自己的终身大事特别上心,最“疯狂”之时,连抬棺师傅也不放过,逮着一个就问对方有没有适龄女性介绍。

如今的徐宇洲早已在杭州成家立业。与普通父亲一样,忙碌工作之余,他最大的乐趣就是陪伴在儿子身边。看到像许璇这样的后辈,他总忍不住传授经验:“主动出击!”这个时候,看着内向冷静的许璇,会露出难得的小羞涩。

生死之间,皆是肃穆

在殡仪馆,每天要面对生离死别,年纪轻轻的许璇已服务上千名逝者,见过太多因亲人离别而伤心的泪水,也因而早早地对生命有了同龄人无法企及的体会。

“我们告别的不是具具冰冷的遗体,而是一个个鲜活的生命。”最让许璇感触的,是几乎每个月都会接到自杀的逝者。看着其中一些年轻俊美的面庞,想象着他们在世时是怎样的充满朝气,她总会心如刀绞。而这些年轻逝者的家属,沉浸在悲痛中,撕心裂肺地哭闹,无法接受生命的离开。他们会说,“为什么你要抛下我们自己走了?”也会“质问”对方,“你走了让我们怎么活?!”

“没办法设身感受到他们的处境,或许真的是承受不下去了吧……但这个世界是真的有些美好的人和事,值得我们继续努力下去的呀!”许璇难过地说。

死亡从来都是神圣的。往生后,有的人被不舍告别,有的人终获谅解,有的人则带走亲人最大的遗憾。每当遇见那些意外去世的人,许璇也会更深刻地认识到自己的使命,让逝者在人生谢幕之时依然美丽,让他们充满尊严、体面地离去,也让牵挂的家人得到心灵的慰藉。

徐宇洲一直认为,关于活着这件事,其实死亡才是最好的老师,“生命短暂易逝,只有真正理解死亡的意义,我们才能珍惜当下,无悔地度过这一生。”

线上换“马甲” 电子烟“断电”不断货

线下一一次性电子烟包装无“烟”字 外观更像零食或文具

《北京青年报》张鑫

在过去一周多时间里,电子烟迎来了迄今为止最密集的治理期。记者近日走访市场发现,虽然主流电商平台已经下架了电子烟,但在一些二手平台和社交媒体上找到电子烟卖家并不困难。更大的问题在于线下,便利店以及小型超市中,各种一次性的电子烟产品几乎每家都有,包括一些学校周边的店铺。这些电子烟的外包装没有一个“烟”字,包装看上去像零食、产品像加长版U盘的电子烟隐蔽性更强。

11月1日,国家烟草专卖局、市场监督管理总局发布《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》,要求不得向未成年人销售电子烟,不得通过互联网销售电子烟,不得通过互联网发布电子烟广告。11月5日起,国家烟草专卖局对电子烟监管进行专项部署,各级烟草专卖监管部门开始约谈主要电商平台,督促及时关闭电子烟店铺,下架电子烟产品。京东零售居家业务部礼品部经理孔凡军表示,京东已经把电子烟、烟弹、烟油,包括电子烟

的品牌等词汇进行屏蔽。11月7日,天猫也发布公告称,即日起下架电子烟相关产品,禁止电子烟相关产品的销售及广告投放。截至目前,已有京东、天猫、拼多多、苏宁易购等9家电商平台屏蔽电子烟店铺,并下架电子烟产品。

近日,记者却在部分电商平台上发现了电子烟产品。记者登录部分电商平台,搜索“电子烟”“蒸汽烟”以及部分电子烟品牌名称等关键词,显示的均是“没有找到相关商品”。不过,将关键词更换为“加热不燃烧”时,则能在部分电商平台搜索出少量的电子烟。根据其链接进入一家店铺后,记者发现,这家专门销售电子烟的店铺并没有被平台关闭,仍可正常购买相关电子烟产品。

在微博等社交媒体搜索“蒸汽烟”仍旧可以找到相关宣传互动内容。闲鱼等二手交易平台上,虽然泛指电子烟的关键词不易搜索到电子烟产品,但如果输入电子烟品牌,仍可以显示相关产品。其中部分并非二手转让,而是标明为“全新正品”。

对于此次被“断电”,一些早已进入市

场的电子烟企业选择了加大线下的筹码。记者走访通州、朝阳、东城等多地烟酒店发现,电子烟几乎遍布上述专门销售门店。相比于普通卷烟,电子烟大多还有独立的专门售卖店,不过在搜索平台上,这些专卖店大多被归入“电子科技”商铺品类。

“代替卷烟、缓解烟瘾、有效控烟、轻松戒烟……”多家电子烟专销门店大多打着“戒烟”的招牌吸引顾客。记者以消费者的身份问及电子烟也含尼古丁怎么能算“戒烟”时,这些门店的店员大多表示逐渐会减少吸食频次,一名于半年前改吸电子烟的店员表示:“原来一弹两天吸完,现在大概能吸三天。”据了解,一颗烟弹约等于2盒左右的卷烟。一名有过戒烟史的市民告诉记者,2天抽2盒还是3天抽2盒,对于吸烟者来说根本没有本质的区别。事实上,早在2014年,世界卫生组织(WHO)就声明,电子烟能否成为一种有效的戒烟方法还没有充分证据,将含有尼古丁的液体汽化后吸入口中同样具有健康风险。

比起“戒烟”的噱头,记者注意到,电子烟的目标客户群才是最大问题。在一些小

型超市或食杂店,记者发现一种一次性电子烟。它比起需要充电、加烟弹的电子烟,售价从30余元到50余元不等,门槛更低。这类电子烟的外形大多小巧,有的只有普通卷烟大小,有的像加长版的U盘,有的则类似金属吸管。记者从一名吸食过电子烟的未成年人处了解到,他们大多是抱着试一下、好玩的心态吸食电子烟,这种产品外观跟普通烟不一样,也不担心被家长发现。一食杂店店主表示,来买这种产品的大多是年轻人。至于有没有未成年人来买,店主表示肯定没有孩子,但购买者是否已经成年,她并不清楚。

记者观察发现,这类一次性电子烟的包装上大多没有“烟”字,“绿色心情”“蜜桃乌龙”“找抽”等词大多代替产品名称印在外包装的正面,产品介绍中也不提及其为“电子烟”,极易被认为是零食或文具。记者探访过程中,一些在售一次性电子烟的食杂店或小超市就位于部分中学周边,大部分将其与普通烟一起摆在柜台内,也有少数将其放在了开架的货架上供顾客自选。